

PERIODISME DE DADES: reptes i oportunitats per als futurs professionals

Cristina Fernández-Rovira

Universitat de Vic-Universitat Central
de Catalunya

cristina.fernandez1@uvic.cat

Jo clico, tu cliques, ells s'enriqueixen

El 87% de les llars de la Unió Europea tenia accés a internet l'any 2017, segons Eurostat. A falta de l'actualització de les dades corresponents a 2019, tot fa pensar que aquest percentatge augmentarà. En tot el món, són 4.400 milions els usuaris d'internet i a Espanya, el 2019 s'ha arribat als 43 milions d'usuaris, el que suposa el 93% de la població actual, tal i com indica l'informe de tendències digitals elaborat per We Are Social i Hootsuite, *Digital en 2019*. Segons les mateixes dades, el 92% dels espanyols es connecten cada dia, majoritàriament a través del mòbil i passen, en mitjana, més de 5 hores al dia *online*. A més a més, bona part d'aquest temps es dedica a visualitzar continguts a la carta i en *streaming* i a les xarxes socials. Si s'observa el més buscat a Google durant el 2018 a Espanya, apareixen entre els deu primers llocs, informacions de servei com el temps, el mateix buscador, el traductor, el correu electrònic Hotmail, el diari esportiu Marca i el gegant comercial i de serveis de computació al núvol, Amazon, entre d'altres.

La hiperconnectivitat no és només una nova forma de comunicació entre els éssers humans, sinó que està esdevenint una nova forma de vida. Una manera de viure enganxats a la tecnologia que fa que en cada clic generem dades i més dades. Unes dades que produeixen informació molt valuosa per a les empreses i, que a més, fan que treballem gratuïtament per elles, en una transformada forma d'explotació que aliena a cop de felicitat en el nostre comptador de *likes* o retuits.

No es tracta només de les dades que de manera conscient compartim als 8 perfils per persona que tenim de mitjana a les xarxes, sinó de tot aquell rastre que inconscientment va deixant el 81% dels usuaris que diu participar activament en les xarxes en l'últim mes, i, en general, tot aquell que es connecta a internet. Segons la companyia tecnològica Domo, el 2019, cada minut s'ha generat una quantitat desorbitada de dades en tot el món. Per exemple: es baixen prop de 400.000 aplicacions, s'envien més de 18 milions de missatges, es fan més de 4.5 milions de cerques a Google, la mateixa xifra de vídeos que veuen els usuaris de Youtube, s'envia mig milió de tuits, es fan gairebé 10.000 viatges amb Uber, s'envien 188 milions de correus electrònics o els usuaris de Tinder fan lliscar el seu dit per la pantalla 1.4 milions de vegades. Potser per això moltes persones es refereixen a les dades com el petroli del segle XXI, amb una particularitat, el *Big Data*, no para de créixer. Al contrari del petroli, que és un element que acabarà per esgotar-se, les dades són un bé renovable, reproduïble i amb una capacitat de renovació infinita.

La gran quantitat de dades que els usuaris generem, ara per ara, no ens pertanyen, sinó que les exploten les grans empreses tecnològiques per al seu propi benefici. De fet, tots accedim a les grans aplicacions de continguts, com ara Facebook, Twitter o Instagram, i de compres per internet, com Amazon o Uber, tot donant el consentiment de què totes les nostres dades poden ser reutilitzades amb fins comercials i que tot el contingut que pugem a les seves plataformes és cedit a l'empresa en la que bolquem la informació.

Tot i les grans potencialitats del *Big Data*, és a dir, d'aquest immens volum d'informació, és terreny abonat pel negoci de les grans empreses tecnològiques i per a la manipulació, com passa amb el cas de les notícies falses que es fan virals o amb les qüestionables pràctiques d'influir sobre el votant a través de les xarxes socials. En aquest darrer cas, és paradigmàtic l'escàndol de Cambridge Analytica, l'empresa de consultoria política que hauria utilitzat dades personals de Facebook —sense autorització— per afavorir la candidatura de Donal Trump

als Estats Units, i que hauria treballat en la campanya de Mauricio Macri a Argentina i en la campanya en favor del Brexit al Regne Unit utilitzant pràctiques il·legals.

Però, ¿ens importa?

Segons Eurostat, l'any 2016, el 71% de les persones entre els 16 i els 74 anys de la Unió Europea que havien utilitzat internet l'últim any, sabien que les cookies poden fer-se servir per fer un seguiment de les activitats en línia de la persona. A més, els joves n'eren lleugerament més conscients. Ara bé, només el 35% afirmava haver modificat la configuració del seu navegador per evitar o limitar l'ús de les cookies.

Cert és també que l'oligopoli de les grans empreses tecnològiques ha deixat sense alternativa a tots els que vulguin tenir un *smartphone*, ja que no queda més remei que acceptar les condicions imposades per tal que el dispositiu funcioni. Igual, però, que cada cop exigim més transparència a les administracions públiques per poder accedir a les dades que obtenen, no seria el moment de fer-ho també amb el núvol?

És aquest el món en què els futurs periodistes hauran de forjar les seves carreres professionals. Una societat canviant, que hauran de ser hàbils per saber-la comprendre, tecnològicament avançada, plena de reptes en la qual serà imprescindible una formació ètica de la professió, però també una àmplia visió de les noves tendències per posar-les al servei de la ciutadania.

Destapar mentides a cop de clic: el paper dels periodistes

El rol del periodista, que ha anat evolucionant a mida que ho feia la societat, s'enfronta avui dia a una nova transformació. Es tracta, precisament, de l'aprofitament de la gran quantitat de dades disponibles per a l'elaboració d'històries periodístiques de gran impacte i que marquin la diferència.

És per això que ha sorgit el periodisme de dades. És aquest un tipus de periodisme que utilitza les grans quantitats de dades disponibles, sovint en forma de números o fulls de càlcul interminables, i les converteix en peces periodístiques interessants i rellevants pel públic. Era una qüestió de temps que els periodistes descobríssim el potencial informatiu dels dades. Sovint, però, ens sentim intimidats pels nombres, les taules i els gràfics i oposem certa resistència a incorporar-los a les nostres rutines de treball. Si ho aconseguim superar, però, el resultat seran unes històries més interessants i visualment molt atractives.

La clau està en saber incorporar la tecnologia i el software que ens permetrà crear els nostres reportatges a partir de les dades, però també en saber trobar les històries dins de l'oceà de la informació desestructurada. Sempre amb el pensament posat en elaborar una notícia rellevant pel públic, el periodista haurà d'enfrontar-se a les dades, amb l'ajuda de les eines computacionals pertinents, haurà de filtrar aquestes dades, saber com fer que la seva visualització sigui a la vegada senzilla i atractiva, i, finalment, construir la història. Certament, això afegeix treball a la ja de per si complicada rutina periodística, però engrandeix la qualitat de la feina i dispara el valor de noticiabilitat. En un reportatge fet a partir de dades podem trobar-hi fets de gran magnitud, d'actualitat, en els que hi hagi algun tipus de conflicte que mereix ser explicat, esdeveniments de proximitat o globals, però que de ben segur ens afecten, o d'altres d'interès humà. Però, sobretot, seran reportatges exclusius que despertaran la curiositat, que contribuiran a una millor comprensió del fet i que conduiran a comprendre'n les conseqüències i fer-ne l'anàlisi.

El periodisme de dades és imprescindible en la societat digital. El periodista no pot ser un analfabet tecnològic quan les tecnologies dominen la vida de les persones. És fonamental no només estar davant de la pantalla i interactuar amb ella, sinó també saber què passa dins d'aquesta pantalla; poder endinsar-se en l'univers més tècnic de l'ordenació, l'extracció i l'anàlisi de dades permet al periodista adquirir una habilitat guanyadora en el paradigma de la societat de la informació.

Les notícies basades en dades desvetllen aspectes de la societat que d'altra manera romandrien ocults i, per tant, contribueixen a augmentar el valor informatiu d'allò que expliquen. El periodista sempre ha necessitat saber com

funciona el món per poder-lo explicar, el moment actual, doncs, no és una excepció. Una vegada més, ens toca adaptar-nos (igual que totes les professions) per seguir contribuint a l'enfortiment de la democràcia a través de la informació veraç, contrastada i fiable.

Reptes i oportunitats

Els canvis sempre venen acompanyats d'una dosi d'incertesa, però sembla ser que la mutabilitat és també una característica bàsica de la nostra societat. Per tant, els periodistes han de saber veure l'ocasió d'avançar, sense oblidar que tota transformació comporta desafiaments.

El periodisme de dades pot portar noves oportunitats de feina en un dels sectors més malmesos per la crisi econòmica i que encara ha d'acabar d'adaptar el seu model de negoci a internet, però això només ho pot fer incloent una formació més específica a l'habitual en l'ensenyament reglat de la comunicació i el periodisme. La introducció de canvis en els plans d'estudi dels ensenyaments universitaris, però, pot trigar anys i la tecnologia i les necessitats socials van més ràpid avui dia. És per això que mentre arriba la introducció específica d'assignatures relacionades amb el periodisme de dades, els joves poden seguir el camí pel qual han optat les persones que porten ja anys practicant-lo: l'autoformació o fer d'aprenents d'algú que ha estat, a la vegada, autodidacta perquè tenia allò tan bàsic pel periodista: curiositat. És veritat, però, que cada cop hi ha més cursos específics que tracten el tema, així com postgraus i més mitjans de comunicació que publiquen excel·lents exemples de periodisme de dades.

La formació bàsica en estadística, la cerca d'informació a través de la mineria de dades, l'ús de programari com Excel, el *web scraping*, les narratives transmèdia o la programació per a periodistes és ja un complement imprescindible per exercir la professió. A més, s'ha de conèixer també com accedir a les dades, estar al dia de les lleis de transparència i de les bases de dades en obert, així com de saber fer peticions d'informació a les administracions per després explotar les dades i conèixer com funcionen les institucions. No cal oblidar tampoc els coneixement en visualització de la informació, ja que aquestes tècniques ajuden a fer més comprensible la informació, amb, per exemple, mapes o gràfics interactius. Totes aquestes habilitats no substitueixen el periodisme tradicional, sinó que afegeixen tot un nou món de possibilitats.

La bona notícia és que aquest tipus de formació pot sortir a cost zero. La gran majoria dels desenvolupaments en periodisme de dades s'han afegit a l'univers hacker. Això implica que molts cursos i tutorials són gratuïts i que els estudiants interessats poden aprendre practicant amb les eines. A més, la majoria de vegades, el periodisme de dades descriu als propis reportatges la metodologia feta servir i els instruments utilitzats, de manera que l'aprenent pot fins i tot seguir els mateixos passos que els seus homòlegs i reproduir gairebé el cent per cent de la investigació periodística duta a terme.

Només començar a interessar-se i adquirir aquestes noves capacitats permetrà al periodista passar de la visualització de dades al periodisme de dades. És aquest el salt qualitatiu que només pot aconseguir un o una periodista. Perquè un informàtic, un enginyer o un matemàtic poden aconseguir brillants visualitzacions de dades, però només algú amb olfacte periodístic pot ser capaç d'explicar perquè són rellevants per a la societat, de destriar la notícia amagada sota les bombolles, les fletxes o els diagrames i fer-la comprensible al gran públic. Una periodista serà capaç de convertir la informació numèrica en una història periodística, propera a la realitat de les persones, amb un context humà i, sobretot, amb una cara, un personatge, un protagonista de la història que permet acostar-se als valors notícia de la proximitat i de l'interès humà.

El periodista té, doncs, una responsabilitat afegida en la societat digital: ser capaç de furgar en les profunditats de les dades massives per extreure la peça que pot tombar a un polític corrupte (com va ser el cas del ministre d'Indústria, Energia i Turisme, José Manuel Soria, al descobrir-se gràcies als *Panama Papers* que tenia una societat offshore); oferir informació sobre temes d'interès a nivell mundial, com la sèrie *Medicamentalia* elaborada per Civio i que tracta sobre l'accés global a la salut (un exemple que combina la investigació periodística, l'anàlisi de dades i el reporterisme i que va ser doblement premiat l'any 2016, amb el Premi Gabriel García Márquez 2016 en

innovació periodística i Millor Investigació de l'any en els Data Journalism Awards de Global Editors Network); o tractar en profunditat un desastre natural com el pas de l'huracà Maria per Puerto Rico i les víctimes que va causar (un exemple de periodisme de dades, hurricanemariasdead.com, premiat enguany com la Millor Investigació de l'any en els Data Journalism Awards). Son aquests només uns pocs exemples del que es pot aconseguir a través del periodisme de dades, que serveixen també per il·lustrar que no només fa falta la formació tècnica i el saber fer periodístic, també és necessària una bona dosi de creativitat a l'hora de posar a funcionar les dades per explicar històries interessants.

En temps de sobreexposició a la informació, en que les realitats interessades es fan virals ràpidament, en que la manipulació és evident a través de totes les vies de comunicació, una història feta a partir de dades sempre tindrà una base sòlida per extreure'n conclusions. A més, sempre serà diferent. La diferenciació amb altres mitjans o altres periodistes pot venir d'aplicar els avantatges de la tecnologia a la informació periodística, és, per tant, una oportunitat única per aquells periodistes que comencen la seva carrera. Hem estat, potser, massa acostumats a què les dades estiguessin amagades o que n'hi haguessin poques, ara, en canvi, estem envoltats de dades per tot arreu, per això s'ha d'aprendre a aprofitar-les. És un oportunitat de fugir dels butlletins de premsa, de les agències homogeneïtzadores de notícies, o, fins i tot, dels tuits de les grans personalitats per generar informació. Les notícies fetes a partir de dades són marques de la casa, como ho ha aconseguit el pioner, *The Guardian* o a Espanya, Civio.

El repte és formar-se més enllà del que considerem propi del camp de la comunicació. Això suposa un esforç d'hibridació de matèries i de situar-se davant d'un escenari desconegut, a més d'aprendre a bregar amb la decepció de no trobar sempre el que es busca. La formació al llarg de la vida, però, juntament amb l'adquisició d'habilitats híbrides de diferents camps de coneixement, és una característica de la societat de la informació a la qual tots els treballadors ara i en el futur ens haurem d'enfrontar. Tot i així, aquest esforç no ha de suposar oblidar-se del que realment converteix a un estudiant de periodisme en periodista: guanyar-se la confiança del públic seguint una línia deontològica clara, ser independent, imparcial i equitatiu, i no traïr la veritat i la precisió. Els valors periodístics permetran aprofitar les eines informàtiques el millor possible per construir les notícies basades en les dades.

Ara bé, que una informàtica, una enginyera o una matemàtica no puguin substituir una periodista no vol dir que en el periodisme de dades no es necessiti la cooperació. Al contrari, aquest tipus de periodisme ofereix la possibilitat de col·laborar amb professionals d'àmbits diversos, el que és una oportunitat per enriquir la professió. Els equips multidisciplinars poden aportar solucions variades i obtenir un millor resultat. És més, els periodistes formats en l'ús de les dades poden també integrar equips que vagin més enllà del periodisme de dades.

La col·laboració és també possible entre diferents mitjans, com es va demostrar amb el Consorci Internacional de Periodistes d'Investigació que va permetre conèixer a través dels *Panama Papers* diferents casos de frau fiscal en diversos països. En aquest cas, la informació sorgida a partir de la filtració de documents del despatx d'advocats Mossack Fonseca va tenir impacte en més de 80 països, va incidir en 8 institucions internacionals i van participar en el mateix projecte més de 300 periodistes.

Seguir sent els garants de la ciutadania i els vigilants del poder

El periodisme de dades ofereix una magnífica oportunitat per revitalitzar el periodisme d'investigació, aquell que dona prestigi i és un segell de qualitat. Si un mitjà o un periodista aconsegueix ser reconegut per la qualitat de la pròpia feina, la seva credibilitat augmentarà i, conseqüentment, fidelitzarà millor el públic. En la transformació del model de negoci del periodisme digital es comença a perfilar el marc de la qualitat informativa, per sobre de la quantitat, que fa que un usuari pagui per la informació (es converteixi en subscriptor), encara que, en principi, aquesta pugui ser gratuïta.

El periodisme d'investigació tants cops maltractat als despatxos per la suposada poca rendibilitat econòmica que atorga a l'empresa, però tant necessari per al funcionament d'una democràcia plena, té en el periodisme de dades

una mina per explotar. La selecció i anàlisi de les dades permet una elaboració de la informació més pausada i profunda per treure a llum temes que aporten molta més informació que la immediata. Potser la transformació del model de negoci que busca el periodisme digital passi per seguir fent el que el periodisme tradicional ha fet sempre: destapar mentides i posar en evidència les tergiversacions i mitges veritats. L'impuls, un cop més, el poden trobar els futurs periodistes que sabran utilitzar les dades per continuar buscant tots els angles de la veritat.

Les democràcies avançades, sumides en el món postindustrial o postmodern, estan patint crisis de credibilitat arreu. Sembla que ningú sigui capaç de comprendre i saber explicar la societat actual. Tot canvia a una gran velocitat, però totes comparteixen qüestions polítiques i socials similars, tendències que es traslladen d'un continent a l'altre i que tenen a veure amb els problemes de representació política, la manca de resposta que la ciutadania pateix davant dels polítics que surten de les urnes, la utilització per part de la política de tècniques de manipulació a través de les eines digitals, l'espoli de les seves dades per part de les grans companyies tecnològiques, l'auge d'idearis retrògrads i el retrocés de les idees cosmopolites, la incapacitat política de determinar el bé comú, i més palpable en el dia a dia, les conseqüències de la crisi econòmica, la corrupció i el desdibuixament de la classe mitjana. Juntament amb altres sectors, el periodisme té l'obligació d'explicar què passa.

A través del reportatge fets amb dades contrastades i incontestables el futur professional té l'oportunitat d'explicar el món postmodern a la vegada que aquest es desenvolupa, d'explicar els canvis a la vegada que es produeixen. De fet, la possibilitat tecnològica de monitoritzar, amb aplicacions tècniques, una conversa en temps real és una gran oportunitat per al jove periodista, que ja és hàbil en la gestió de les xarxes i el seu entorn. El periodista format en el maneig de les dades té la capacitat de donar les claus de comprensió essencials a la gent que necessita respostes i que no les troba enlloc. Això és avançar i aprofundir en la funció informativa del periodisme, però també educadora dels mitjans de comunicació. Gràcies al periodisme de dades es pot fer accessible allò més nou avui, que potser tingui a veure amb el món digital, però que de ben segur afectarà tangiblement a les persones en el món *offline*.

En definitiva es tracta de recollir el testimoni d'aquells que investigaven entre quantitats ingents de paperassa i perseverar ara en buscar entre les dades massives, amb el mateix objectiu: vigilar el poder.

La demanda d'informació sobre tot allò que afecta a les persones no decau, sempre s'ha volgut saber la raó per la qual passen els fenòmens socials, com es desenvolupen els fets polítics, les conseqüències econòmiques de les decisions dels representants polítics o de les grans corporacions. A més, també hi ha una gran demanda informativa sobre altres temes, com els culturals, els ambientals, els sanitaris o els esportius, que el periodisme de dades també pot explorar. La necessitat social d'informar-se segueix existint. De la mateixa manera, des de l'any 2009 en que el diari *The Guardian* va crear la secció *Datablog* fins a dia d'avui, l'especialitat del periodisme basada en les dades ha anat creixent. No es tracta d'una moda efímera dins del periodisme digital, sinó que s'ha mantingut en el temps i cada cop es pot trobar en més mitjans generalistes i en llocs web específics.

Les dades al servei de la ciutadania

Els futurs periodistes de dades tenen l'oportunitat de posar les dades al servei de la ciutadania, tot aportant profunditat, entreteniment i interacció en les seves històries. Però també tenen la possibilitat d'actuar com a agents verificadors de la gran quantitat d'informació que inunda l'opinió pública. El *factchecking*, la comprovació de les dades, és també una tasca imprescindible del periodista de dades. La necessitat de tenir informació veraç es fa més palpable que mai a internet. És per això que ser capaç d'entendre les dades, saber-ne les fonts i contrastar que siguin correctes és una oportunitat més que ofereix el periodisme de dades als futurs professionals. És una manera més d'assenyalar la intoxicació informativa.

Al cap i a la fi, el periodista deu la seva feina a la ciutadania i, en el cas del periodista de dades, posar les dades a disposició del públic és una obligació, ja que d'aquesta manera es comparteix la informació i es permet que el públic tregui les seves pròpies conclusions. No es tracta, però, de contribuir a la gran quantitat d'estímul sense sentit als quals se sotmet la limitada atenció humana. La seva feina rau en saber extreure les dades, explicar-les

i presentar-les, en saber transformar el producte final. Una tasca necessària per revitalitzar el periodisme.

Amb tot, el periodista de dades renova i recupera la funció del *gatekeeper*. Surt del despatx de l'empresari que gestiona el diari la decisió de què entra o no en el mitjà i torna al professional de la informació pública, el periodista, la capacitat de filtrar la marea de dades i de treballar-les de manera professional per convertir-les en peces periodístiques rellevants.

El futur professional de la informació podrà posar al servei de l'interès públic el Big Data, tot ajudant a la construcció d'un marc crític sobre la gestió que volem, com a societat, donar-li a les dades.

És, doncs, el periodisme de dades una especialitat plena de possibilitats de creixement per als professionals de la informació i una oportunitat única d'aprofundir en l'enfortiment de la democràcia.